

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta filozofická

Bakalářská práce

Komunikace v prostředí nových technologií

Luboš Beránek

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra filozofie

Studijní program Humanitní studia

Studijní obor Humanistika

Bakalářská práce

Komunikace v prostředí nových technologií

Luboš Beránek

Vedoucí práce:

PhDr. Vladimír Havlík, Csc.

Katedra filozofie

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2013

Prohlašuji, že jsem práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literatury.

Plzeň, duben 2013

.....

Obsah

1 ÚVOD	1
2 TEORIE MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE	2
2.1 Definice nových médií	4
3 GLOBÁLNÍ VESNICE	6
4 SVĚT KYBERPROSTORU	9
4.1 Virtuálno	9
4.2 Virtuální realita	11
4.3 Kyberprostor	13
4.3.1 Virtuální komunita.....	15
4.4 Kritika konceptů virtuální reality a kyberprostoru	16
5 INTERNETOVÉ SOCIÁLNÍ SÍTĚ	17
5.1 Definice	17
5.2 Historie	18
5.3 Sebe prezentace uživatelů	19
5.3.1 Narcismus	20
5.3.2 Sociální kapitál	22
5.4 Navazování vztahů na sociálních sítích	22
5.5 Marketing a propaganda na sociálních sítích	24
5.6 Sociální síť a sociální exkluze	26
6 MOBILNÍ TELEFONY	28
7 ZÁVĚR	31
8 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENŮ	32
9 RESUMÉ	36
10 PŘÍLOHY	37

1 ÚVOD

Tato bakalářské práce se zabývá novými možnostmi v oblasti mezilidské komunikace, a tomuto zájmu odpovídá i její název: „Komunikace v prostředí nových technologií“. Danou látku jsem si zvolil ze dvou hlavních důvodů. Prvním z nich je ten, že se o nové technologie aktivně zajímám a mám k nim vřelý vztah. Druhým důvodem je fakt, že jde o téma, které má celospolečenský rozměr. Nikdy v historii nebyl svět tak technizovaný jako v současnosti. Tomuto stavu odpovídá i pestrost nabídky nových komunikačních médií: chat, blog, chytré telefony, Facebook, Twitter nebo YouTube, pokračují v cestě, na jejímž počátku byl zrod osobního počítače.

První kapitola práce nese název „Teorie mediální komunikace“ a představuje úvodní vhled do světa mezilidské komunikace. Svou pozornost v ní soustředím na vývoj komunikačních médií a nabízím jejich základní dělení. Druhou kapitolu věnuji jednomu z nejdiskutovanějších témat dneška, kterým je globalizace. Tento jev zkoumám z čistě komunikačního hlediska na základě rozboru slavné metafory kanadského mediálního teoretika Marshalla McLuhana o globální vesnici.

V další části práce představuji z mého pohledu ústřední pojem komunikace v prostředí nových technologií – kyberprostor. Poukazuji na jeho úzké spojení s virtuální realitou a předkládám několik jeho nejznámějších vymezení. Od kyberprostoru plynule přecházím ke kapitole zabývající se fenoménem dnešní doby, jímž jsou sociální sítě. V této fázi práce vycházím především z publikační činnosti danah boyd, která patří k nejuznávanějším kapacitám v této poměrně nové výzkumné oblasti. Sociální sítě podrobují podrobné analýze, v jejímž rámci odhaluji nová specifika tohoto komunikačního prostředí. V závěrečné kapitole pak porovnávám výhody a nevýhody mobilního telefonu a zamýšlím se nad jeho rolí v lidském životě.

Cílem této práce je podat ucelenou představu o komunikaci v prostředí nových technologií. Předmětem mého zájmu se stala především oblast kyberprostoru. Z hlediska obsahu se poté spíše než na technickou stránku dané věci, zaměřuji na to, jaký vliv mají nová komunikační média, Internet (sociální sítě) a mobilní telefony, na chování jednotlivců a potažmo i celé společnosti.

2 TEORIE MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE

Představy o vzniku světa a původu člověka v něm, mohou být různé, od vědeckých tezí, přes náboženské mýty, až po zásah mimozemské civilizace. Na čem se však shodneme, je skutečnost, že počátek dějin komunikace souvisí s příchodem prvního média, proto začneme podrobnou definicí tohoto pojmu.

Slovo „médiu“ pochází z latiny a znamená prostředek, prostředníka, zprostředkující činitel, tedy to co v daném prostředí něco zprostředkovává, zajišťuje. S termínem či pojmem médiu, se proto můžeme setkat ve fyzice, biologii, chemii, výpočetní technice i teorii sociální komunikace. „A právě obory, které se věnují různým projevům mezilidské, sociální komunikace, označují pojmem médiu / média to, co zprostředkovává někomu nějaké sdělení, tedy médiu komunikační.“¹

Mezi komunikační prostředky však nepatří jen tisk, rozhlas a televize. Komunikaci zajišťuje daleko větší množství médií nejrůznějšího charakteru, neboť komunikace je de facto bez nějakého média, které by ji zprostředkovalo, nemožná. Za médiu se proto někdy pokládají i komunikační kódy, tedy i přirozený jazyk, např. čeština. Kódy (tj. systémy znaků a zásad pro jejich užívání) je možné označit za primární komunikační média, za zprostředkovatele sdělení mezi aktéry komunikace.²

Ostatně je to právě jazyk, případně jeho konkrétní vyjádření v podobě řeči, co dělá člověka člověkem, čehož si všiml již Aristoteles, který považoval řeč, za projev rozumové duše, tedy té duše, která nás odlišuje od zvířat. Díky řeči můžeme mezi sebou komunikovat, vyměňovat si informace nebo poznávat svět.

Samotné užívání komunikačního kódu (např. ve formě přirozeného jazyka) se však již na počátku dějin mezilidské komunikace ukázalo jako nedostačující. S rozvojem lidského společenství vznikla potřeba přenášet sdělení na větší vzdálenost, poskytnout je v co nejkratším časovém úseku co největšímu počtu lidí a uchovat je co nejdéle. Proto můžeme v průběhu dějin rovněž pozorovat i vývoj sekundárních médií, pomocí nichž se lidé snažili vypořádat s časovou a prostorovou omezeností vysílaných sdělení. Za sekundární komunikační média je proto možné považovat pravěké jeskynní malby, písmo, tisk a nejrůznější prostředky mechanického, analogového či digitálního nahrávání, stejně jako prostředky sloužící k přenosu sdělení na delší vzdálenost, od posílů,

¹ JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara. Média a společnost. Praha : Portál, 2007, s. 16.

² Tamtéž, s. 17.

přes nejrůznější typy signalizace (např. kouřové signály, vlajkové signalizace), až po přenosové a vysílací techniky (např. telefon, rozhlas či televize) nebo počítačové komunikační sítě.³

Sekundární média můžeme dále členit podle nejrůznějších technických parametrů, vzhledem k charakteru této práce, však pro nás bude směřodatnější hledisko sociální.

Ne nadarmo považoval Aristoteles člověka, nejen za bytost oplývající rozumem, ale rovněž za bytost společenskou či chcete-li zóon politikon. Již od prvního kontaktu se světem, jsme společností ovlivňováni, a tento vliv přetrvává až do našeho konce. V průběhu života vystřídáme několik sociálních rolí (syn, student, zaměstnanec, otec atd.), v jejichž rámci řešíme mezilidské spory a navazujeme nové vztahy.

A právě podle toho jaké typy společenských vztahů umožňují sekundární média vytvářet či udržovat, je můžeme rozdělit do tří kategorií, na interpersonální, masová a síťová.⁴

Prvně jmenovaná kategorie médií slouží k podpoře komunikace mezi dvěma jedinci, kteří považují jeden druhého za jedinečnou bytost, a to bez ohledu na to, zda se před tím znali či nikoliv (jak tomu může být např. při seznamování prostřednictvím chatu). Druhým charakteristickým rysem interpersonálních médií je skutečnost, že ve většině případů umožňují odesílání a přijímání zpráv na obou stranách. Mezi interpersonální média řadíme např. dopis, e-mail či telefon.⁵

Masová média mají celospolečenský záběr, zajišťují komunikaci, která směřuje z jednoho výchozího bodu k početnému publiku. Vyznačují se tím, že nepodporují odesílání a přijímání sdělení na obou stranách, nýbrž jsou založena tak, že jednoho z účastníků komunikace staví do role odesílatele a druhé do role příjemce. Za masová média považujeme např. noviny, časopisy, knihy (včetně jejich elektronických obdob) či film.⁶

³ Tamtéž.

⁴ Tamtéž

⁵ Tamtéž, s. 21.

⁶ Tamtéž, s. 21-22.

Poslední kategorií médií v našem výčtu, tzv. síťová média, můžeme používat jak k interpersonální, tak i k masové komunikaci.⁷ Jde o média, která vytvářejí sociální vazby tím, že umožňují propojení mnoha bodů s mnoha jinými body, čímž vznikne komunikační síť, ve které se všechny tyto body mohou dostat do pozice odesílatelů i příjemců, tak je tomu např. u chatů, blogů nebo sociálních sítí.⁸

2.1 Definice nových médií

Definovat nová média⁹ není vůbec snadný úkol. Veškeré úsilí o jejich jednoznačnou definici „naráží na problém značné rozmlženosti konceptů, jež se k nim vážou, nevyjasněnosti řady termínů a absenci širšího teoretického shrnutí.“¹⁰

Výsledkem této situace je existence obsáhlých definic. Autorem jedné z nich je i Jakub Macek, který vymezuje nová média takto: „Označení nová média či – přesněji – digitální média se váže k platformě mediálních technologií, založených na digitálním, tedy numerickém zpracování dat. V širším slova smyslu koncept digitálních médií zahrnuje celé pole výpočetních, computerových technologií a s nimi spojených datových obsahů, v užším slova smyslu se pak vztahuje pouze k počítačově, tedy digitální technologií mediované komunikaci.“¹¹

Ovšem, jak správně poznamenávají Štětka se Šmahelem: „Je každopádně zřejmé, již z podstaty samotného pojmu, že jakákoliv definice bude historicky a kulturně podmíněna, neboť každá doba má svoje vlastní ‚nová média‘...“¹²

Na počátku 60. letech 20. století považoval Marshall McLuhan za „nová média“ různé elektronické technologie, z nichž některé datují svůj původ již ke konci 19. století. V dalším období se za nová média postupně považovaly např. faxy, videorekordéry, videotelefony, walkmany, herní konzole až po dnešní novinky typu HD televize, chytrých telefonů či sociálních sítí.¹³

⁷ GROSSBERG, L.; WARTELLA E.; WHITNEY, D. Ch. Media Making. Mass Media in a Popular Culture, in: tamtéž, s. 22.

⁸ Tamtéž, s. 22-23.

⁹ Macek ve své stati „Poznámky k vývoji studií nových médií“ poukazuje na fakt, že „nová či digitální média bývají rovněž označována jako média kvartérní, interaktivní či síťová, případně také jako informační a komunikační technologie (ICT) nebo pokročilé informační a komunikační technologie (AICT).“

¹⁰ MACEK, Jakub. Nová média. Revue pro média[online]. 2002, roč. 2, č. 4 [cit. 2013-04-15]. Dostupné z [www: <http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/nova_media.htm>](http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/nova_media.htm).

¹¹ Tamtéž.

¹² ŠTĚTKA, Václav; ŠMAHEL, David. Nová média v perspektivě sociálních věd. Sociální studia. 2009, roč. 6, č. 2, s. 7.

¹³ Tamtéž.

Zatím poslední „vlna“ nových médií se podle Listera a kolektivu vyznačuje těmito vlastnostmi: digitalitou, interaktivností, hypertextualitou, virtualitou, síťovostí a simulativností.¹⁴

¹⁴ LISTER, Martin et. al. *New media: A Critical Introduction*. Abingdon : Routledge, 2009, s. 13.

3 GLOBÁLNÍ VESNICE

Jednotlivé vlastnosti nových médií napomáhají k tomu, že se svět neustále zmenšuje, čehož si byl vědom již v 60. letech 20. století i kanadský mediální teoretik a sociolog, Marshall McLuhan, který v této souvislosti přirovnal zemi ke globální vesnici.

Vznik metafory o globální vesnici souvisí s McLuhanovým rozdělením dějin. McLuhan jako jeden z prvních rozčlenil jednotlivé epochy vývoje lidstva podle toho, které médium v nich převládlo, do čtyř období:

„1. První z nich označuje za období orální kmenové kultury a popisuje je jako ‚svět ucha‘, jako dobu akustického prostoru.

2. Druhé období označuje jako dobu psané kultury (rukopisů), pro niž je příznačné, že hláskové písmo nahrazuje akustické vnímání sdělení vnímáním vizuálním a svět ucha vystřídal ‚svět oka‘.

3. Třetí období podle McLuhana představuje ‚Gutenbergova galaxie‘ s tištěnou knihou, která se stala nejen prvním masovým výrobkem, ale také prvním uniformním, opakovatelným ‚konzumním zbožím‘.

4. Gutenbergovu galaxii střídá podle McLuhana další období spojené s nástupem elektřiny. Toto období se někdy analogicky k McLuhanovu pojmenování epochy tisku označuje výrazem ‚Marconiho galaxie‘.¹⁵

Elektronická média, jako film, počítač či televize, podle McLuhana uvádějí člověka zpátky do stavu, kdy je v kontaktu sám se sebou i se všemi ostatními, do stavu kmenovosti.¹⁶

Svět v tomto období získává povahu globální vesnice, což McLuhan vyjádřil následovně: „Po třech tisíciletích specialistické exploze a rostoucí specializace a odcizení v technologických extenzích našich těl přišel dramatický zvrat. Svět se scvrkl. Elektricky smrštěný glóbus je pouhou vesnicí. Elektrická rychlost, která v náhlé implozi spojila veškeré sociální a politické funkce, značně zintenzifikovala i naše vědomí odpovědnosti.“¹⁷

¹⁵ JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara. Masová média. Praha : Portál, 2009, s. 51.

¹⁶ McLUHAN, Marshall. Člověk, média a elektronická kultura. Brno : Jota, 2000, s. 229.

¹⁷ McLUHAN, Marshall. Jak rozumět médiím: Extenze člověka. Praha : Odeon, 1991, s. 16.

McLuhan vytvořil metaforu globální vesnice v době, kdy Internet ještě neexistoval, přesto je to právě toto médium, které nejlépe vystihuje McLuhanovu představu o světě, ve kterém budou lidé svobodně komunikovat a vyměňovat si informace, bez ohledu na všemožné bariéry (geografické, časové, politické, rasové atd.).

S počátečním vznikem Internetu se však objevili obavy o to, aby se nestal majetkem jedné skupiny obyvatel. Esther Dyson k tomu napsala následující: „Síť nepatří žádné konkrétní zemi nebo skupině. Síť není globální vesnice. Je to prostředí, ve kterém bude vzkvétat velké množství různorodých vesnic.“¹⁸

Její výrok dnes můžeme považovat za pravdivý. Ve svém počátku byl Internet silně americký, postupem času, jak se začali přihlašovat další uživatelé z jiných zemí, se tento stav výrazně proměnil.

Podle nejnovějších údajů má přístup k Internetu 2, 4 miliardy obyvatel naší planety. Téměř polovinu tohoto čísla tvoří uživatelé z Asie (44, 8 %), na druhém místě je Evropa (21, 5 %), následovaná Severní (11, 4%) a Jižní Amerikou (10, 4%). Na chvostu této statistiky je Afrika (7 %) spolu se zeměmi Blízkého východu (3, 5 %) a Oceánií (1 %).¹⁹

Kritickou úvahu o McLuhanově globální vesnici rozvíjí i italský filosof a spisovatel, Umberto Eco, podle kterého sice žijeme v novém elektronickém společenství, které má charakter globálnosti, ovšem není vesnicí, chápeme-li vesnicí místo, kde lidé žijí a přímo interagují.²⁰

Problémy společenství žijícího v elektrické době jsou podle něj tyto: (1) osamělost. Každý nový člen tohoto nového společenství má možnost vytvářet nové texty, narušovat tradiční pojetí autorství, smazávat tradiční hranici mezi autorem a čtenářem. „Rizikem však je, že přes kontakt s celým světem prostřednictvím galaktické sítě – se cítí osamocen...“²¹ (2) nadbytek informací a neschopnost mezi nimi rozlišovat a vybírat.²²

Posledním autorem, na kterého bude v této kapitole zaměřena pozornost, je Joshua Meyrowitz, jenž ve své knize Všude a nikde propojuje McLuhanův

¹⁸ DYSON, Esther. Release 2.1: Vize života v digitálním věku. Praha : Management Press, 2001, s. 23.

¹⁹ Internet World Stats [online]. c2012 [cit. 2013-04-16]. Dostupné z [www: <http://internetworldstats.com/stats.htm>](http://internetworldstats.com/stats.htm).

²⁰ ECO, Umberto. Mysl a smysl: Sémiotický pohled na svět. Knihovna Ceny Nadace Dagmar a Václava Havlových VIZE 97, s. 123.

²¹ Tamtéž.

²² Tamtéž.

technologický determinismus s myšlenkami amerického sociologa Ervinga Goffmana. Z pohledu této kapitoly se poté jeví jako nejzajímavější Meyrowitzova metafora o lovcích a sběračích.

Meyrowitz tímto přirovnáním poukazuje na skutečnost, že pod vlivem elektronických médií naše společnost přebírá mnohé rysy typické pro období lovců a sběračů. Stejně jako vždy kočující lovci a sběrači, ani my nemáme žádný trvalý vztah k místu. Další podobnosti mezi oběma společnostmi můžeme dle Meyrowitze pozorovat v prolínání práce mužů a žen, ve splývání práce a hry, nebo v postavení vůdců.²³

Ovšem „představa, že se v západní Evropě ‚vracíme‘ do nějaké primitivní éry, nebo dokonce do epochy před tiskem,“ není podle Meyrowitze na místě.²⁴

Autor tím jasně vyjadřuje svůj nesouhlas s McLuhanovou globální vesnicí, jejíž vznik je dáván do kontextu s návratem ke kmenovosti.

Zatímco Meyrowitz je toho názoru, že „ve způsobu, jak skladujeme informace a jak uvažujeme, zůstáváme na rozdíl od předmoderních civilizací výrazně závislí na gramotnosti.“²⁵

Elektronický věk dle jeho mínění „vyrostl z ‚tištěné kultury‘ a zachovává si celou řadu jejích rysů.“²⁶ Ve skutečnosti se tak „spíš pohybujeme vpřed po spirále, než že bychom se vraceli v kruhu zpátky.“²⁷

V závěru této kapitoly bych ještě rád upozornil na závěrečnou pasáž McLuhanova výroku o vzniku globální vesnice, týkající se zvýšené odpovědnosti, kterou považují za stejně významnou, jako tu část o zmenšování světa. S tím jak jsou jednotlivé informace dostupné stále většímu množství lidí, vzrůstá i nebezpečí jejich zneužití. Již několikrát jsme tak byli např. svědky situace, kdy si některý z atentátníků vyrobil bombu na základě plánu staženého z Internetu, přičemž lze očekávat, že podobný trend bude pokračovat i v budoucnu. Jediné opatření proti tomuto nežádoucímu stavu, dle mého spočívá v tvrdém potrestání těch, jež nesou za nelegální zveřejnění podobných informací odpovědnost.

²³ MEYROWITZ, Joshua. Všude a nikde. Vliv elektronických médií na sociální chování. Praha : Karolinum, 2006, s. 258.

²⁴ Tamtéž, s. 259.

²⁵ Tamtéž.

²⁶ Tamtéž.

²⁷ Tamtéž.

4 SVĚT KYBERPROSTORU

Kyberprostor je pojem, který bývá v souvislosti s novými informačními a komunikačními technologiemi skloňován snad nejčastěji. Zahrnuje v sobě různé formy virtuální reality, od té nejsilnější v podobě interaktivní simulace, přes počítačové hry, až po čistě komunikační prostředí (např. Internetu).

4.1 Virtuálno

Francouzský filosof Pierre Lévy ve své knize *Kyberkultura* ukazuje, že slovo virtuální lze chápat nejméně třemi různými způsoby. Můžeme na něj pohlížet ve smyslu filosofickém, v běžném slova smyslu a ve smyslu spojeném s informatikou.²⁸

Z filosofické perspektivy je podle Lévyho virtuální to, „co existuje jen jako síla, a ne jako skutek, je to pole sil a problémů, které má sklon k řešení aktualizací.“²⁹ Virtuální je téměř nemožné přesněji popsat (např. víme, že v semenu stromu je virtuálně přítomen samotný strom). Ve filosofickém smyslu je virtuální opakem aktuálního, neboť virtualita a aktualita jsou ve své podstatě pouze dva různé druhy reality. „Je-li v podstatě semene zrodit strom, je virtualita stromu velice skutečná (aniž by byla ještě aktuální),“ říká Lévy.³⁰

V běžném životě však slovo virtuální často používáme pro vyjádření nereálného, přičemž realitu si spojujeme s hmatatelnou přítomností. Termín virtuální realita poté zní jako oxymóron.³¹

Virtuální jednotku popisuje Lévy jako deterritorializovanou, schopnou vyvolat množství konkrétních projevů v různých okamžicích a na libovolných místech. Sama však nemusí být fixována ke konkrétnímu místu nebo času, což Lévy názorně demonstruje na příkladu z netechnické oblasti, ve kterém slovo představuje virtuální jednotku. Vysloví-li někdo někde slovo strom, provede tzv. aktualizaci. Ovšem slovo samo, se nikde nenachází a nelze jej vztáhnout k nějakému konkrétnímu okamžiku. I přesto je však virtuální reálné. Slova totiž existují, aniž jsou zde.³²

²⁸ LÉVY, Pierre. *Kyberkultura*. Praha : Karolinum, 2000, s. 44.

²⁹ Tamtéž, s. 45.

³⁰ Tamtéž.

³¹ Tamtéž.

³² Tamtéž.

Lévy k tomu ještě dodává, že aktualizace jedné a té samé virtuální entity mohou být značně odlišné, a že aktuální není nikdy zcela determinováno virtuálním (např. z akustického hlediska žádné slovo nezazní dvakrát stejně, mohou být vymyšleny nové věty atd.). Virtuální tak obsahuje nekonečný zdroj aktualizací.³³

V kontextu s informatikou označuje Lévy za virtuální např. informační kódy zapsané na disketách či pevných discích počítačů – neviditelné, snadno přenositelné z jednoho uzlu sítě na druhý a víceméně oddělené od přesných časoprostorových souřadnic. Takovéto digitální informace, zapsané v binárním kódu sice potencionálně existují, ale lidem jsou přístupné pouze v určité fázi své aktualizace, kdy se nám zobrazují např. v podobě obrázku, textu či zvuku.³⁴ Z toho jasně vyplývá, že Lévy považuje digitalizaci za technický základ virtuality.³⁵

Procesem digitalizace se ve svém díle, *Digitální svět*, zabývá i Nicholas Negroponte, spoluzakladatel Media Laboratory při MIT (Massachusetts Institute of Technology). Přejít k digitalizaci a jeho důsledky vysvětluje na rozdílu mezi atomem (základní částicí hmoty) a bitem (základní jednotkou digitální informace). Nahrazení atomu (reality) bitem (virtualitou) přitom Negroponte považuje za nezvratný a nezadržitelný proces: „...mnohé hodnoty národního státu se postupně převedou na různé větší či menší elektronické komunity. Budeme udržovat vztahy uvnitř digitálních společenství, v nichž vzdálenosti ztratí jakýkoli význam a čas bude hrát jinou roli než dnes.“³⁶ Takový názor však Lévy odmítá: „Není možné oddělit člověka od jeho materiálního prostředí ani od znaků a obrazů, kterými dává smysl životu a světu.“³⁷

Na tomto místě mi nezbyvá nic jiného, než souhlasit s Lévyho postojem. Přejít od reálného k virtuálnímu, tak jak jej překládá Negroponte, působí až idealisticky a v praxi je jen těžko uplatnitelný. Správnost svého mínění mohu ilustrovat na příkladu s knihou. Negroponte tvrdí, že knize začíná růst konkurence v podobě její elektronické varianty. Pokud bychom se měli striktně držet Negroponteho logiky, elektronická kniha by měla nahradit knihu tištěnou. Od prvního vydání *Digitálního světa* (1995) uplynulo téměř dvacet let, ale klasická kniha se stále prodává. Jak je to možné? Tištěná kniha má totiž jednu obrovskou výhodu, která převáží všechny nevýhody spjaté s jejím užíváním,

³³ Tamtéž.

³⁴ Tamtéž, s. 45-46.

³⁵ Tamtéž, s. 44.

³⁶ NEGROPONTE, Nicholas. *Digitální svět*. Praha : Managment Press, 2001, s. 8, 10.

³⁷ LÉVY, Pierre. *Kyberkultura*. Praha : Karolinum, s. 20.

má stále stejný formát zápisu. Jediné co se od dob Gutenberga změnilo, je proces její výroby. Tato výhoda vynikne ve srovnání s jiným médiem, filmem. Film prošel za dobu své existence tolika způsoby zápisu, že je téměř nemožné všechny vyjmenovat. Změna formátu pak nejednou způsobila ztrátu obsahu daného média. Pro příklad nemusíme chodit, do nikterak vzdálené minulosti, všichni si ještě pamatujeme přechod od videokazet k DVD diskům. Ovšem zeptáte-li se dnešních dětí co je VHS, kolik z nich vám odpoví správně? Najde se vůbec někdo? Stejně to může být za pár let např. s formátem PDF, ale tištěná kniha tu bude stále. Nicméně musíme připustit, že s příchodem elektronických čteček a tabletů, obliba elektronických knih stoupla.

4.2 Virtuální realita

Virtuální realita ve svém nejsilnějším významu podle Lévyho „popisuje zvláštní druh interaktivní simulace, ve kterém má průzkumník tělesný pocit, že je ponořen do situace definované databází.“³⁸ Lévy tak do jisté míry pokračuje v odkazu Jarona Laniera, zakladatele firmy VPL Research a duchovního otce virtuální reality, který tento pojem definoval jako „počítačem vytvořené interaktivní trojrozměrné prostředí, do něhož se člověk totálně ponoří.“³⁹ Vyvolání pocitu ponoření se na tomto stupni virtuálna dosahuje pomocí speciálních zařízení, např. přilby, datových rukavic či sluchátek.⁴⁰

Pro úplnost ještě dodejme, že o něco slabší význam má pro Lévyho virtualita ve smyslu počítačové techniky (videohry, letecké simulátory, síťové hry na role atd.), kterou v hierarchii následuje virtualita informační (hypertextové systémy, databáze, interaktivní simulace atd.).

Jak vidíme z výše uvedených příkladů, virtuální realita s rozvojem techniky stále více proniká do nejrůznějších oblastí lidského života. Nabízí se proto otázka, zda život v tomto umělém prostředí není v rozporu s lidskou přirozeností?

Úvahy o reálné povaze našeho světa se prolínají celými dějinami filosofie. Nacházíme je v Platónově učení o idejích, mají souvislost s proslulým Descartovým výrokem: „myslím, tedy jsem“, nebo Schopenhauerovou představou světa, jako produktu

³⁸ Tamtéž, s. 64.

³⁹ AUKSTAKALNIS, Steve; BLATNER, David. Reálně o virtuální realitě: Umění a věda virtuální reality. Brno : Jota, 1994, s. 11.

⁴⁰ LÉVY, Pierre. Kyberkultura. Praha: Karolinum, 2000, s. 64.

vlastní vůle. Navíc obecně platí, že každý čtenář, se díky své představivosti tak trochu ocitá v jiném světě. Film a televize tuto skutečnost jenom umocnili. Jean Baudrillard dokonce mluví o tom, že naše společnost dospěla pod vlivem médií (zvláště televize) do stavu, kdy už ve virtuální realitě žijeme: „K čemu digitální přilba nebo kombinéza: naše vlastní vůle končí tak, že se pohybujeme ve světě jako v syntetické představě.“⁴¹

Život v umělém, ideálním prostředí je pro člověka samozřejmě lákavý, už proto, že naplňuje jeho touhy po nesmrtelnosti, jak poznamenává Paul Virilio: „...jsme stejně jako tělesně postižení pronásledováni jistým druhem kosmické přehnanosti, fantasmatickým zkoumáním různých světů a modů, v nichž už by nebylo místo pro naše staré ‚zvířecí tělo‘ a kde by se uskutečnila naprostá symbióza mezi člověkem a technologií.“⁴² Ve virtuální realitě se můžeme bezstarosti účastnit automobilové honičky, dobývání středověkého hradu nebo volného potápění s žraloky.

Je to právě ona možnost, zažít vše na co pomyslíme, co nás k virtuálnímu světu tak přitahuje. Tento svět neomezených možností, má však i svou odvrácenou tvář, pro mnoho lidí se stává jakousi pastí, do které se nechali snadno lapit, aniž by si to sami uvědomovali. Jak je patrné z uvedeného Baudrillardova výroku: přílišná fixace na média vede k tomu, že odhlížíme od skutečných problémů světa.

Např. závislost na počítačových hrách může mít za následek odloučení jedince od společnosti. Někdo by sice mohl namítnout, že i v tomto prostředí se vytvářejí různé virtuální komunity, a že zde tedy není nic, co by ohrožovalo podstatu člověka jako bytosti společenské. Ano, virtuální společenství v kyberprostoru skutečně vznikají, což ostatně uvidíme i dále, ale ruku na srdce, co je to za společenský kontakt, když svého spoluhráče / protihráče mnohdy známe jen podle přezdívky, kterou zadal do systému?

Musíme si uvědomit, že virtuální realita, i přes všechny pokroky, které současná věda a technika učinili, nikdy nebude moci nahradit ty aspekty lidské komunikace, které ji činí jedinečnými, např. city či emoce.

I přesto je však již dnes pro některé jedince hranice mezi virtuálním a reálným natolik tenká, že se v ní ztrácejí. Takový stav je krajně nebezpečný jak pro ně samotné, tak i pro lidi z jejich okolí, protože své chování z virtuálního světa přenášejí do světa běžného.

⁴¹ BAUDRILLARD, Jean. Dokonalý zločin. Olomouc : Periplum, 2001, s. 36.

⁴² VIRILIO, Paul. Informatická bomba. Červený Kostelec : P. Mervart, 2004, s. 51-52.

Per Sak uvádí jeden takový příklad, který se odehrál roku 2005 v Číně. Jeden z hráčů počítačové hry Legend of Mir 3, zde ubodal svého spoluhráče (myšleno v reálném světě), protože prodal dračí šavli (existující pouze virtuálně), kterou ve jmenované hře společně vyhráli.⁴³

Vrátíme-li se zpět k původní otázce, která se týkala toho, zda život ve virtuální realitě není v rozporu s lidskou přirozeností? Můžeme na ni dát jednoznačnou odpověď: nikoliv, je pouze logickým rozvinutím lidských představ o dokonalém světě. Zároveň to však neznamená, že by virtuální svět měl nahradit svět, ve kterém žijeme. Virtuální realita má své opodstatnění v různých průmyslových oblastech jako je např. lékařství, armáda či architektura, kde se uplatní v podobě simulace. Stejně tak dobře dokáže uspokojit hravou povahu člověka, ale není schopná věrně zachytit naše emoce a krásu okolního světa.

4.3 Kyberprostor

Termín kyberprostor (angl. cyberspace) použil jako první, americký spisovatel William Gibson na počátku osmdesátých let ve své povídce Vypálit Chrome (v orig. Burning Chrome).⁴⁴ Týž autor popsal později ve svém románu Neuromancer kyberprostor jako „sdílenou halucinaci“: „Kyberprostor. Sdílená halucinace každý den pocíťovaná miliardami oprávněných operátorů všech národů, dětmi, které se učí základům matematiky... Grafická reprezentace dat abstrahovaných z bank všech počítačů lidského systému. Nedomyšlitelná komplexnost. Linie světla seřazené v neprostoru myslí, shluky a souhvězdí dat. Jako světla města, ustupující...“⁴⁵

Gibsonovo dílo se následně svezlo na vlně popularity, kterou na počátku osmdesátých let minulého století zažíval kyberpunk⁴⁶, a ovlivnilo nejenom další představitele kyberpunkové literatury (např. Neala Stephensona – Sníh), ale i řadu lidí z jiných oblastí (např. designéry počítačových rozhraní). Samotný termín kyberprostor se stal v průběhu osmdesátých let nedílnou součástí diskurzů subkultur, spjatých s rozvíjejícími se digitálními médii, a posléze pronikl i do jazyka teoretické reflexe

⁴³ SAK, Petr a kol. Člověk a vzdělání v informační společnosti. Praha: Portál, 2007, s. 30.

⁴⁴ MACEK, Jakub. Kyberprostor (Cyberspace). Revue pro média [online]. 2003, roč. 3, č. 5 [cit. 2013-02-12]. Dostupné z [www: <http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/kyberprostor.htm >](http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/kyberprostor.htm).

⁴⁵ GIBSON, William. Neuromancer. Plzeň : Laser, 2001, s. 58.

⁴⁶ Kyberpunk (angl. cyberpunk) je jedním ze žánrů science-fiction, který bývá situován do prostředí blízké budoucnosti, důraz je zde kladen na vztah člověka a moderní techniky.

kyberkultury⁴⁷ a digitálních médií. Gibsonovo, původně metaforické literární pojetí kyberprostoru, je vztaženo k pokročilým informačním technologiím (Advanced Information Technology – AIT).⁴⁸

Prvním, kdo v roce 1990 užil termínu kyberprostor ve vztahu k existujícím sociálním prostorům využívajících elektronické technologie, byl John Perry Barlow, spoluzakladatel organizace Electronic Frontier Foundation.⁴⁹ Na základě této skutečnosti bývá jeho přístup ke kyberprostoru označován jako barlowský, a kladen do kontrastu k původnímu gibsonovskému⁵⁰

Podle Barlowa se kyberprostor „skládá z transakcí, vztahů a myšlenek, uspořádaných jako stojaté vlnění v pavučině našich komunikací.“⁵¹ Přičemž dodává, že svět kyberprostoru, „který je zároveň všude a nikde, není tam, kde žijí naše těla.“⁵² Barlow tak situuje kyberprostor mimo náš fyzický svět, čímž poukazuje na jednu z jeho základních vlastností. Zároveň má pro Barlowa kyberprostor i vysoký demokratizační potenciál, ústící ve svobodu projevu. Tento svět nacházející se všude i nikde je pro něj světem „do kterého mohou všichni vstoupit bez privilegií či předsudků založených na rase, hospodářské moci, vojenské síle, nebo místě narození.“⁵³ Světem, „kde může každý vyjadřovat svá přesvědčení, kde chce, bez ohledu na to, jak jsou výstřední, beze strachu z toho, že by byl umlčován nebo tlačěn ostatními k souhlasu.“⁵⁴

Z technického hlediska pak Barlowovský kyberprostor „variuje od jednoduchých audiálních prostor telefonních hovorů přes prostředí současného Internetu až po (zatím ještě zčásti fiktivní) zcela pohlcující prostory virtuálních realit.“⁵⁵

V návaznosti na Barlowa definuje již dříve zmíněný Pierre Lévy kyberprostor jako „komunikační prostor otevřený vzájemným spojením počítačů a počítačových

⁴⁷ Kyberkultura je těžko vymezitelný pojem, např. Pierre Lévy ji chápe jako „soubor technik (materiálních a intelektuálních), praktických zvyklostí, postojů, způsobů uvažování a hodnot, které se rozvíjejí ve vzájemné vazbě s růstem kyberprostoru.“

⁴⁸ MACEK, Jakub. Kyberprostor (Cyberspace). Revue pro média [online]. 2003, roč. 3, č. 5 [cit. 2013-02-12]. Dostupné z www: < <http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/kyberprostor.htm> >.

⁴⁹ BARLOW, John P. [online]. [cit. 2013-02-18]. Dostupné z www: <<https://homes.eff.org/~barlow/>>.

⁵⁰ MACEK, Jakub. Kyberprostor (Cyberspace). Revue pro média[online]. 2003, roč. 3, č. 5 [cit. 2013-02-12]. Dostupné z www: < <http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/kyberprostor.htm> >.

⁵¹ BARLOW, John P. A Declaration of the Independence of Cyberspace [online]. [cit. 2013-02-18]. Dostupné z www: <<http://homes.eff.org/~barlow/>>.

⁵² Tamtéž.

⁵³ Tamtéž.

⁵⁴ Tamtéž.

⁵⁵ MACEK, Jakub. Kyberprostor (Cyberspace). Revue pro média[online]. 2003, roč. 3, č. 5 [cit. 2013-02-12]. Dostupné z www: <<http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/kyberprostor.htm> >.

paměti.⁵⁶ Lévyho vymezení kyberprostoru zahrnuje všechny elektronické komunikační systémy (tedy i klasické radiové a telefonní sítě). Tyto systémy však musí přenášet informaci z digitálních zdrojů, nebo být samy k digitalizaci určeny. Digitální, respektive virtuální informace je totiž dle Lévyho distinktivním rysem kyberprostoru.⁵⁷

Jeho vznik spojuje s kalifornským sociálním hnutím Computers for the People, které usilovalo o to, aby se počítače dostaly do rukou jednotlivců, a zároveň nesloužily jen vědeckým pracovníkům. Tento ambiciózní cíl se nakonec podařilo zrealizovat, což v praktickém výsledku znamenalo, že od konce sedmdesátých let měli k počítačům přístup jak soukromé osoby, tak i úplní techničtí laici. Opravdový růst počítačové komunikace ovšem nastal až na konci let osmdesátých, a souvisel s aktivitou mezinárodního hnutí vzdělané městské mládeže, jehož členové v té době hledají a tvoří prostor, v němž by se mohli setkávat, vyměňovat informace a společně pracovat.⁵⁸

Podle Lévyho tak byl počáteční růst kyberprostoru ovlivněn třemi principy: vzájemným propojením, vytvářením virtuálních společenství a kolektivní inteligencí. Všechny tyto principy na sebe vzájemně navazují, přičemž v principu kolektivní inteligence Lévy nachází možný cíl svého pojetí kyberkultury.⁵⁹

4.3.1 Virtuální komunita

S počítačovou komunikací spojuje kyberprostor i Howard Rheingold, autor knihy *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*, ve které se mj. odkazuje na svou několikaletou zkušenost s virtuální komunitou WELL.

Virtuální komunitu zde popisuje jako sociální agregát, který vzniká tehdy, když se diskusí na Síti účastní po určitý časový úsek, dostatečné množství lidí, kteří projevují přiměřeným způsobem své lidské pocity, až mezi nimi vznikne propletená síť osobních vztahů, táhnoucí se napříč celým kyberprostorem.⁶⁰

⁵⁶ LÉVY, Pierre. *Kyberkultura*. Praha : Karolinum, 2000, s. 83.

⁵⁷ Tamtéž.

⁵⁸ Tamtéž, s. 111.

⁵⁹ Tamtéž, s. 113-114.

⁶⁰ RHEINGOLD, Howard. *The Virtual Communities: Homesteading on the Electronic Frontier*. 1993[online]. [cit. 2013-02-09]. Dostupné z [www: <http://rheingold.com/vc/book/>](http://rheingold.com/vc/book/).

Přestože jde o komunitu virtuální, tak je podle Rheingolda činnost jejích členů téměř srovnatelná s aktivitami lidí v běžném, reálném životě. Jediné „omezení“ spatřuje v tom, že necháváme naše těla za sebou, takže např. nemůžeme někoho políbit.⁶¹

Za jednu z možných příčin využívání počítačem zprostředkované komunikace označuje „hlad po komunitě, který roste v srdcích lidí po celém světě tím více, čím více neformálních veřejných prostorů mizí z našich reálných životů.“⁶² Dalším vysvětlením tohoto jevu by podle něj mohla být skutečnost, že počítačem zprostředkovaná komunikace, jakožto zástupce nových médií, umožňuje lidem provádět relativně nové věci novým způsobem, což přitahuje množství nadšenců, stejně jako dříve telefon či televize.⁶³

4.4 Kritika konceptů virtuální reality a kyberprostoru

Koncepty kyberprostoru a virtuální reality byly několikrát podrobeny ostré kritice. Jednu takovou má na svědomí i Kevin Robins, profesor komunikačních studií na Goldsmiths College, podle kterého můžeme kyberprostor označit za utopickou představu postmoderní doby. Kyberprostor je totiž ve většině případů předkládán jako ideální svět, který je nikde (outopia), ale zároveň i někde, kde je dobře (europia).⁶⁴

Zastánci virtuálních technologií podle něj argumentují příliš velmi často tak, jako by prostředí vytvářené těmito technologiemi, bylo skutečnou alternativou k našemu reálnému světu, ba co víc, chtějí v nás vzbudit dojem, že náš přítomný svět „můžeme nechat za zády a přesídlit do lepší sféry.“⁶⁵

Robins je však vůči této pobídce skeptický, sám naopak vyzývá k tomu, abychom se urychleně zbavili iluzí. Žádná alternativa dokonalého světa budoucnosti v podobě kyberprostoru a virtuální reality podle něj neexistuje. Jako obyvatelé skutečného světa, se musíme smířit s tím, že z něj nemůžeme vytvořit vše, co bychom si přáli.⁶⁶

⁶¹ Tamtéž.

⁶² Tamtéž.

⁶³ Tamtéž.

⁶⁴ ROBINS, Kevin. Kyberprostor a svět, ve kterém žijeme. Revue pro média[online]. 2003, roč. 3, č. 5 [cit. 2013-02-22]. Dostupné z [www: <http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Revue05/preklad_robins_rpm5.pdf>](http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Revue05/preklad_robins_rpm5.pdf).

⁶⁵ Tamtéž.

⁶⁶ Tamtéž.

5 INTERNETOVÉ SOCIÁLNÍ SÍTĚ

Za specifický druh virtuálních komunit můžeme považovat i internetové sociální sítě. Oproti prvním veřejným online komunitám (Usenet a další diskusní skupiny), které byly primárně organizovány na základě společných zájmů, jsou sociální sítě uspořádány kolem lidí, „jsou strukturovány jako osobní (nebo ‚egocentrické‘) sítě, s jednotlivcem ve středu své vlastní komunity.“⁶⁷

5.1 Definice

Definic internetových sociálních sítí existuje celá řada, od méně povedených až po ty zdařilé. V naší práci operujeme s vymezením tohoto pojmu, tak, jak jej formulovaly boyd a Ellison. „Sociální sítě (social network sites) definujeme jako webové služby, které umožňují jednotlivcům (1) vytvořit veřejný nebo poloveřejný profil v rámci uzavřeného systému, (2) sestavit seznam dalších uživatelů, se kterými jsou ve spojení, a (3) zobrazit a procházet jejich seznamy kontaktů i seznamy vytvořené dalšími uživateli systému. Povaha a názvosloví těchto spojení se mohou mezi jednotlivými stránkami lišit.“⁶⁸

Kromě označení social network sites, jež použily autorky naší definice, se ve veřejném diskursu můžeme setkat i s termínem social networking sites. Přestože jsou oba tyto pojmy mezi sebou často zaměňovány, tak každý z nich vyjadřuje něco jiného.⁶⁹

Termín networking zdůrazňuje proces navázání vztahů, který často probíhá mezi cizími lidmi. I když se lze s networkingem setkat i na social network sites, tak ve většině případů nejde o činnost, která by představovala jejich hlavní náplň, a zároveň to není ani jev, který by je odlišoval od ostatních druhů počítačem zprostředkované komunikace.⁷⁰

⁶⁷ boyd, danah m.; ELLISON, Nicole B. Social network sites: Definition, History and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication [online]. 2007, vol. 13, no. 1 [cit. 2012- 11-30]. Dostupné z [www: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>](http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html).

⁶⁸ Tamtéž.

⁶⁹ Tamtéž.

⁷⁰ Tamtéž.

Jedinečnost social network sites podle boyd a Ellison netkví v tom, že umožňují navazovat vztahy s novými lidmi, ale spíše v tom, že „umožňují uživatelům formulovat a zviditelnit své sociální sítě.“⁷¹

V konečném výsledku to sice může vést ke spojení mezi jednotlivci, které by se jinak nevytvořilo, ale to zde není primárním cílem, navíc k těmto novým spojeníům obvykle dochází tam, kde již existuje nějaký offline kontakt. Na většině social network sites nehledají uživatelé nové vztahy, ale spíše komunikují s lidmi, kteří jsou součástí jejich rozšířené sociální sítě. Právě existence offline sociální sítě, je pro boyd a Ellison charakteristickým rysem těchto služeb, kvůli němuž se rozhodly pro označení social network sites.⁷²

5.2 Historie

První sociální síť, která odpovídá výše uvedené definici, byla podle boyd a Ellison spuštěna v roce 1997. Uživatelé SixDegrees.com mohli vytvářet profily, vlastní seznamy přátel a od roku 1998 jim bylo rovněž umožněno nahlížet do seznamů, které vytvořili jejich přátelé. Každá z těchto funkcí sice již před uvedením SixDegrees do provozu v nějaké formě existovala např. u služeb jako AIM, ICQ či Classmate.com, ovšem teprve SixDegrees je propojila všechny.⁷³

Větší pozornost si nicméně získal až v roce 2002 server Friendster. O rok později vstoupili na trh masově oblíbené stránky jako např. LinkedIn, MySpace, Last.FM⁷⁴ či Hi5. V roce 2004 je následovali např. Orkut, Flickr či Facebook, jenž byl zpočátku přístupný pouze studentům z Harvardské univerzity⁷⁵, teprve později se k němu mohli připojit i studenti z jiných univerzit a v druhé polovině roku 2006 otevřel své brány celému světu.⁷⁶

Z dalších oblíbených serverů můžeme jmenovat např. YouTube (2005), Twitter (2006), Foursquare (2009) či Google+ (2011).⁷⁷

⁷¹ Tamtéž.

⁷² Tamtéž.

⁷³ Tamtéž.

⁷⁴ boyd a Ellison upozorňují na to, že některé webové služby, původně zaměřené na sdílení mediálního obsahu, začínají nabývat podoby sociálních sítí. Jako příklady uvádí právě Last.FM (poslech hudby), Flickr (sdílení fotografií) a YouTube (sdílení videa).

⁷⁵ Cassidy, J. Me media: How hanging out on the Internet became big business, in: tamtéž.

⁷⁶ Tamtéž.

⁷⁷ HEJL, Zdeněk. Historie sociálních sítí. Magazín Portiscio [online]. 19. 10. 2012. [cit. 2012- 12-12]. Dostupné z www: <<http://www.portiscio.net/historie-socialnich-siti>>.

5.3 Sebe prezentace uživatelů

Pohybujeme-li se v prostředí sociálních sítí, musíme mít předně na paměti to, že jejich uživatelé nejsou běžným typem veřejnosti. danah boyd v této souvislosti používá termín networked publics (síťová veřejnost), kterým označuje veřejnost, jejíž členové jsou mezi sebou spojeni na základě užívání technologických sítí.⁷⁸

Jsou to následující čtyři vlastnosti, které odlišují nezprostředkovanou veřejnost (unmediated publics) od veřejnosti zprostředkované pomocí sítí (networked publics):

1. Stálost (Persistence): Na rozdíl od běžné komunikace, která se vyznačuje pomíjivou povahou řeči, síťová komunikace umožňuje obsah našeho rozhovoru zaznamenat pro příští generace.
2. Vyhledávatelnost (Searchability): Díky tomu, že je obsah naší komunikace zaznamenán a identita jednotlivých uživatelů textově podložena, můžeme pomocí vyhledávacích nástrojů nacházet osoby podobného smýšlení, jako jsme my sami.
3. Replikovatelnost (Replicability): Jednotlivá sdělení mohou být v rámci síťové komunikace kopírována a následně vkládána na jiná místa, přičemž neexistuje žádná možnost, jak bychom mohli odlišit originál od kopie.
4. Neviditelné publikum (Invisible audiences): Ve virtuálním prostředí síťové veřejnosti je prakticky nemožné zjistit, kdo všechno nás sleduje, každý náš výrok může být zachycen v jinou dobu a na rozličném místě, než jsme jej původně pronesli.⁷⁹

Všechny zmíněné aspekty síťové komunikace pro nás mohou mít nedozírné následky, proto bychom si měli uvědomit, co všechno chceme přes sociální sítě sdělovat. Potencionálnímu zaměstnavateli by se např. nemuseli líbit fotografie uchazeče o zaměstnání, na nichž je zachycen v podnapilém stavu.

Právě otázka ochrany osobních údajů a soukromí je v souvislosti se sociálními sítěmi často skloňována i v médiích. Obecně platí, že čím méně toho na sebe prozradíme, tím méně nám toho hrozí. Je nutné ovšem poznamenat, že jistému úniku osobních údajů se na těchto stránkách nevyhneme.

⁷⁸ boyd, danah. "Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life." MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media Volume (ed. David Buckingham). Cambridge, MA: MIT Press, 2007 [online]. [cit. 2012- 02-02]. Dostupné z [www: <http://danah.org/papers/WhyYouthHeart.pdf>](http://danah.org/papers/WhyYouthHeart.pdf).

⁷⁹ Tamtéž.

Již před první vstupem na sociální síť jsme nuceni vyplnit registrační formulář, který obsahuje několik záznamových polí, obvykle vyžadujících naše jméno, pohlaví, datum narození, e-mail a heslo, kterým se budeme na danou stránku přihlašovat. Na základě našich vstupních odpovědí je systémem vygenerován profil, který můžeme dále rozvíjet, např. přidáním fotografie, vypsáním našich zájmů apod.

Zvláště pro mladistvé je aktivní profil na sociální síti téměř životní nutností, bez které jako by ani neexistovali. Sociální síť pro ně představují prostor, ve kterém mohou komunikovat se svými kamarády, chlubit se svými fotografiemi, sdílet videa nebo hrát online hry.⁸⁰

O to více alarmující je zjištění Sonii Livingstone, která ve svém výzkumu, zaměřeném na chování teenagerů v prostředí sociálních sítí, poukazuje na skutečnost, že část dospívajících respondentů zaváhala, když měla prokázat svou schopnost změnit nastavení ochrany osobních údajů.⁸¹

5.3.1 Narcismus

Každý člověk se snaží o to, aby na ostatní působil dobrým dojmem. Na základě toho jak vypadáme a jak se prezentujeme, si o nás druzí vytvářejí jisté mínění. Snaha líbit se nás vede k tomu, že se hezky oblékáme, užíváme různé kosmetické přípravky, chodíme cvičit nebo se přetvařujeme. S tím jak stále více vstupují naše životy do virtuálního světa, můžeme tuto tendenci pozorovat v hromadném měřítku i na sociálních sítích.

Dnes a denně jsme svědky toho, jak někdo z našich přátel zveřejňuje nové fotografie, videa nebo statusy, a čeká, jaký ohlas bude mít dané sdělení mezi ostatními uživateli. Na takovém konání není nic zvláštního, jistá dávka narcismu je vlastní všem lidem, pokud však překročí únosnou mez, stává se chorobou.

Podle Buffardi a Campbella jsou sociální síť pro narcisty úrodnou půdou ze dvou důvodů. Za prvé, narcistům vyhovují mělké vztahy. Na sociálních sítích sice lidé udržují i hlubší vztahy, ale jejich hlavním lákadlem je obvykle možnost zachovat velké

⁸⁰ Sociální síť. Saferinternet.cz [online]. [cit. 2013-03-09]. Dostupné z www: <<http://archiv.saferinternet.cz/pro-rodice/socialni-site>>.

⁸¹ LIVINGSTONE, Sonia. Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society* [online]. 2008, vol. 10. no. 3 [cit. 2012- 03-02]. Dostupné z www: <http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking_risky_opportunities_in_youthful_content_creation_%28LSERO%29.pdf>.

množství přátelských vazeb (není výjimkou, že někteří uživatelé mají dokonce tisíce přátel.) Za druhé, sociální sítě představují kontrolované prostředí.⁸² Uživatelé sociálních sítí mají, na rozdíl od většiny ostatních sociálních kontextů, absolutní moc nad svou sebe prezentací.⁸³

Každý z uživatelů si tak může vytvořit svůj vlastní sebeobraz, kterým se chce před ostatními prezentovat. Vidina dokonalého já, je pro většinu lidí velkým lákadlem, a proto není nikterak překvapující, že této možnosti hojně využíváme.

Z průzkumu⁸⁴ společnosti Intel vyplynulo, že se svým profilem na sociálních sítích manipuluje 59 % mužů a 46 % žen.⁸⁵

Nejčastější „lži“ je zařazování pouze lichotivých fotografií, uchyluje se k ní 41% respondentů. Českým a španělským mužům ve srovnání s ostatními zeměmi mnohem více záleží na image zábavných a provokativních drsňáků. Tato vlastnost se v praxi projevuje uveřejňováním fotografií z večírků, momentek z adrenalinových sportů, nebo sdílením vtipů. Vysoký podíl „virtuálních machrů“ v našich končinách však nenalezneme jen u nejmladších respondentů, velké zastoupení mají i ve skupině lidí nad 45 let, kde se k nim svou aktivitou řadí každý pátý respondent.⁸⁶

Z odpovědí na otázku, proč lžeme na sociálních sítích, vyšlo najevo, že chceme udělat dojem na svoje okolí, v této oblasti vynikají zejména české ženy s 67 %. U tuzemských mužů převládá důraz na ego a aroganci (59 %).⁸⁷

Podivuhodná je rovněž skutečnost, že jsou lidé dokonce schopni kvůli svému „online dvojníkovi“ dělat činnosti, které by za normálních okolností neprovozovali, nebo je nedělali v takové míře. Kromě bezesporu pozitivních činností, jako je např. intenzivní čtení či cvičení, jsou ochotni usilovat o společnou fotografii se známou osobností nebo sledovat populární televizní pořad, jen kvůli tomu aby byli v obraze.

⁸² VAZIRE, S.; GOSLING, S. D. e-perceptions: Personality impressions based on personal websites, in: BUFFARDI, Laura F.; CAMPBELL, W. Keith. Narcissism and social networking websites. Society for Personality and Social Psychology[online]. 2008, vol. 34, no. 10, s. 1304. [cit. 2012- 03-02]. Dostupné z www: <<http://sakkynidig.com/psykologi/artvit/buffardi2008.pdf>>.

⁸³ Tamtéž.

⁸⁴ Průzkum probíhal v červnu 2012 v následujících devíti zemích: Česká republika, Polsko, Velká Británie, Itálie, Španělsko, Nizozemí, Egypt, Spojené arabské emiráty, Turecko, a zúčastnilo se ho 4374 respondentů.

⁸⁵ Tisková zpráva společnosti Intel. Saferinternet.cz [online]. [cit. 2012- 03-18]. Dostupné z www: <<http://saferinternet.cz/aktuality/delame-se-lepsimi-nez-jsme-a-nejsme-v-tom-zdaleka-sami.html>>.

⁸⁶ Tamtéž.

⁸⁷ Tamtéž.

K tomu se přiznává 20 % Čechů, stejné procento občanů kvůli sociálním sítím rovněž pořizuje větší množství fotografií z dovolené.⁸⁸

5.3.2 Sociální kapitál

Kromě nežádoucích jevů přináší účast na sociálních sítích i nesporné výhody. Jedním z těchto benefitů je zisk sociálního kapitálu, jenž podle amerického sociologa Jamese Colemana: „...odkazuje na zdroje nahromaděné prostřednictvím vztahů mezi lidmi.“⁸⁹

Sociální kapitál může svému majiteli prokazatelně zkvalitnit život, dokazuje to studie Nicole Ellison a jejích kolegů, která proběhla za účasti studentů Michiganské státní univerzity. Ze závěrů této studie vyplývá, že sociální kapitál získaný na sociálních sítích (v tomto případě na Facebooku) mohou studenti uplatnit při hledání práce, stáží apod.⁹⁰

5.4 Navazování vztahů na sociálních sítích

Již bylo řečeno, že internetové sociální sítě slouží jednotlivcům k tomu, aby „mohli prezentovat sami sebe, formulovat své sociální sítě, a navázat nebo udržovat spojení s ostatními.“⁹¹

Tyto stránky mohou být zaměřeny na pracovní kontexty (např. LinkedIn.com), navazování romantických vztahů (původní cíl Friendster.com), případně spojovat lidi se společnými zájmy, jako je hudba či politika (např. MySpace.com), nebo vysokoškolské studenty (původní povaha Facebook.com). Uživatelé mohou používat stránky k interakci s osobami, které již znají z běžného života, nebo k tomu, aby poznali nové lidi.⁹²

Právě možnost získat nové přátele je pro některé jedince hlavní motivací jejich účasti na sociálních sítích.

Při navazování vztahů v tomto prostředí hraje důležitou roli tzv. disinhibice, která podle Zbyňka Vybírala „vyjadřuje odložení zábran a skrupulí, ztrátu nebo překonání

⁸⁸ Tamtéž.

⁸⁹ COLEMAN, J. S. Social capital in the creation of human capital, in: ELLISON, Nicole, B.; STEINFELD, Charles; LAMPE, Cliff. The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. Journal of Computer-Mediated Communication [online]. 2007, vol. 12., no. 4 [cit. 2012- 03-09]. Dostupné z www: <<http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>>.

⁹⁰ Tamtéž.

⁹¹ Tamtéž.

⁹² Tamtéž.

nesmělosti, plachosti a ostychu, v krajních podobách může jít o obcházení tabu a zákazů, tedy o jistou odvázanost či nevázanost na normy, která může být až anomální.⁹³

John Suler uvádí následujících šest faktorů, které považuje v kontextu s disinhibicí za zásadní:

- anonymita (mohu skrýt svou identitu, takže nikdo neví, kdo jsem);
- neviditelnost (nikdo neví, jak vypadám a jak se právě tvářím);
- asynchronicita komunikace (svou odpověď si mohu promyslet, neboť nemusím reagovat ihned);
- solipsistické introjekce (fantazie o druhém si vytvářím ve své hlavě);
- neutralizace statusu (mé postavení v reálném světě se stává vedlejším a nepodstatným);
- a ostatní interakční účinky.⁹⁴

Druhým zásadním činitelem, který má vliv na vytváření nových vztahů v prostředí sociálních sítí, je skutečnost, že proces navázání kontaktu spočívá v několika kliknutích. Mnoho lidí proto považuje takovýto způsob komunikace za ideální možnost, jak najít nové přátele nebo dokonce partnera.

Můj názor na tuto věc je spíše skeptický. Hlavní problém vidím v tom, že jde o vztahy virtuální, tedy nereálné, aby dostali povahu reálnosti, musí dojít k jejich převedení z virtuálního do skutečného světa. Takovou změnu však považuji za těžko realizovatelnou z toho důvodu, že se lidé chovají ve virtuálním prostředí jinak než v běžném světě.

Navíc seznamování pomocí sociálních sítí s sebou nese obrovské riziko v tom, že nikdy nevíme, zda osoba na druhé straně je skutečně ta, za kterou se vydává. Identita jednotlivých uživatelů je sice textově podložena, neznamená to však, že je pravá. Toto riziko se poté násobí v situaci, kdy má dojít ke skutečnému setkání mezi oběma aktéry komunikace, a je-li jedním z nich i dítě. Právě děti mnohdy soutěží o to, kdo z nich bude mít největší sbírku přátel. Zdá se však, že i jejich chování na sociálních sítích prochází určitým vývojem.

danah boyd upozorňuje na fakt, že od doby, kdy mnoho z prvních uživatelů MySpace radostně vítalo cizího člověka, a všichni vystupovali jako přátelé, prošly

⁹³ VYBÍRAL, Zbyněk. Psychologie komunikace. Praha: Portál, 2005, s. 272-273.

⁹⁴ SULER, John. The Psychology of Cyberspace, in: tamtéž, s. 273.

společenské normy zásadní změnou. Většina dnešních teenagerů žádosti o přátelství, zasláné cizími lidmi, zamítá.⁹⁵

Tento posun nelze jinak než kvitovat. Fyzický kontakt by měl dle mého názoru vždy předcházet tomu virtuálnímu. Sociální sítě mohou být poté nástrojem, kterým budeme vztah dále rozvíjet či udržovat.

5.5 Marketing a propaganda na sociálních sítích

Nejvíce „přátel“ na sociálních sítích mají globální značky (Coca-Cola, Adidas apod.), muzikanti, politici a další celebrity.⁹⁶ Všechny zmíněné skupiny pochopily marketingový potenciál (jen samotný Facebook má zhruba miliardu uživatelů)⁹⁷, který tyto stránky nabízejí.

Obzvláště politická angažovanost je pak aktivitou, která může mít na dění v dané společnosti zásadní vliv.

I když pokusy o využití sociálních sítí k politické komunikaci existovaly již dříve, prvním skutečně úspěšným politikem, který využil jejich potenciálu pro svůj úspěch, byl americký prezident Barack Obama.⁹⁸

Prostřednictvím Facebooku či Twitteru si dokázal vybudovat ohromnou základnu příznivců, které pak mohl napřímo seznámit se svým politickým smýšlením. Internetový videosever YouTube mu posloužil jako bezplatný kanál pro šíření předvolebních spotů a reklam, tento tah se navíc ukázal být v konečném důsledku efektivnější než např. klasická televizní reklama.⁹⁹

Obama zkrátka dokázal využít možnosti nového média ve svůj prospěch, stejně jako se to podařilo téměř o půl století dříve jinému kandidátovi z řad demokratů, J. F. Kennedymu, kterému pomohl historicky první televizní duel kandidátů na post

⁹⁵ boyd, danah et al. *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*. Cambridge, MA: MIT Press, 2010, s. 95.

⁹⁶ Tamtéž, s. 96.

⁹⁷ Checkfacebook.com [online]. [cit. 2013- 03-18] Dostupné z www: <<http://checkfacebook.com/>>.

⁹⁸ BEDNÁŘ, Vojtěch. *Marketing na sociálních sítích: Prosaďte se na facebooku a twitteru*. Brno: Computer Press, 2011, s. 42.

⁹⁹ VYLEŤAL, Martin. *Politici na sociálních sítích působí jako slon v porcelánu*. Lupa.cz [online]. 2. 4. 2010 [cit. 2013- 03-15]. Dostupné z www: <<http://lupa.cz/clanky/politici-na-sitich-pusobi-jako-slon-v-porcelanu/>>.

prezidenta USA. Ačkoli u posluchačů rádia převážily sympatie spíše na stranu republikána Richarda Nixona, televizní diváky přesvědčil zase spíše Kennedy.¹⁰⁰

Aktivita českých politiků na sociálních sítích je ve srovnání s USA nesrovnatelně menší. Jistý posun v této činnosti jsme mohli zaznamenat při volbě prezidenta České republiky, kdy sociální sítě zaplavilo množství odkazů směřujících na stránky, jež vyjadřovali své sympatie vůči jednotlivým uchazečům na tento post. V mnoha případech se však jednalo o neoficiální propagační materiály, vzniklé na základě „lidové tvořivosti“ některých voličů, jejichž cílem bylo poukázat na hlavní nedostatky ostatních kandidátů.

Sociální sítě ovšem rovněž vykazují i nesmírný organizační potenciál.

Od první poloviny roku 2009 můžeme zaregistrovat nárůst nejrůznějších davových akcí, svolávaných pomocí sociální sítě Facebook. Z mnoha jmenujme např. rajčatový útok na kandidáty ČSSD do Evropské unie či stávkou proti státním maturitám. Základní schéma je vcelku jednoduché. Stačí vytvořit novou skupinovou stránku s lákavým sdělením a zaslat její odkaz svým přátelům na síti. Ti se v případě zájmu přihlásí, odkaz na stránku se poté zobrazí i jejich přátelům, a tak skupina získává další členy.¹⁰¹

Oblíbenost Facebooku jako organizačního nástroje k svolávání davových akcí neustále stoupá, po rajčatových a vajíčkových útocích z roku 2010 nebo studentských stávkách proti státním maturitám, se v Praze a Brně odehrály nevinné polštářové bitvy. Ovšem prostřednictvím Facebooku, ale i Twitteru¹⁰², je možné v kombinaci s mobilními sítěmi, organizovat akce s mnohem větším společenským dopadem. Tak jako se to stalo např. při egyptské revoluci v únoru 2011, která znamenala konec vlády prezidenta Mubaraka (svému pádu nezbránil ani tím, že omezil šíření internetu a mobilních sítí).¹⁰³

Otázkou zůstává, zdali je vliv sociálních sítí v podobných mezilidských konfliktech až tak významný, jak se někdy uvádí? Čísla z Egypta ukazují, že tomu tak není. Vezmeme-li v potaz, že v osmdesátimiliónovém Egyptě, mělo v té době

¹⁰⁰ Tamtéž.

¹⁰¹ VERNER, Pavel. Propaganda a manipulace. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2011, s. 147.

¹⁰² HÁJEK, Adam. Na barikády jen s mobilem. Arabové své diktátory káčí on-line. iDNES.cz [online]. 22. 2. 2011[cit. 2013- 02- 09]. Dostupné z [www: <http://zpravy.idnes.cz/na-barikady-jen-s-mobilem-arabove-sve-vetche-diktatory-kaci-on-line-1cv-/zahranicni.aspx?c=A110221_183327_zahranicni_aha>](http://zpravy.idnes.cz/na-barikady-jen-s-mobilem-arabove-sve-vetche-diktatory-kaci-on-line-1cv-/zahranicni.aspx?c=A110221_183327_zahranicni_aha).

¹⁰³ VERNER, Pavel. Propaganda a manipulace. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2011, s. 147.

k Facebooku přístup pět miliónů¹⁰⁴ obyvatel, je těžké uvěřit tomu, že by kořeny egyptské revoluce měly svůj původ na sociálních sítích. Opravdovou hnací silou této revoluce byla touha po svobodě, pramenící v srdcích lidí, kteří byli nespokojeni s životem v Mubarakově diktatuře. Byli to právě tito lidé, a ne sociální sítě, kdo se postaral o svržení zdejšího režimu. Přínos sociálních sítí spočíval v tom, že revoluční vývoj urychlily.

5.6 Sociální sítě a sociální exkluze

Každý nově vzniknuvší komunikační systém vede ve svém praktickém důsledku k vyloučení některých jedinců.¹⁰⁵ Před tím než člověk vynalezl písmo, neexistovali analfabeti. Tisk spolu s televizí zavedli rozdíl mezi lidmi, kteří v médiích publikují či se v nich objevují, a těmi ostatními.¹⁰⁶ Tento jev se tak musel zákonitě projevit i s příchodem sociálních sítí.

Vlivy, které působí na to, zda je člověk připojen k internetu či nikoliv mohou být různé. K těm hlavním patří především kultura, politika a hospodářská situace dané oblasti. Nejhorší podmínky z tohoto pohledu panují v tzv. rozvojových zemích, v nichž díky vysoké chudobě chybí základní sociální infrastruktura, natož pak ta informační.

Jediné východisko z této situace představuje zahraniční pomoc. Základním předpokladem takové pomoci, je však souhlas jednotlivých představitelů těchto rozvojových zemí. V případě jejich kladného postoje, je poté žádoucí přednostní zavedení internetu do škol, tak aby se zkvalitnilo základní vzdělání, z čehož může posléze profitovat celá společnost. I tak však potrvá několik generací, než se počet uživatelů internetu v těchto oblastech, a zdali vůbec někdy, dostane na společensky významné číslo.

V rozvinutých státech světa je situace s připojením mnohonásobně lepší, ovšem i zde existuje celá řada faktorů, které formují skupiny uživatelů sociálních sítí. Pomine-li finanční stránku věci, tak by jedním z těchto činitelů mohla být generační propast ve vztahu k novým technologiím. V neposlední řadě je zde i malé procento těch, kteří se komunikace pomocí sociálních sítí neúčastní ze svého vlastního rozhodnutí, buď

¹⁰⁴ HÁJEK, Adam. Na barikády jen s mobilem. Arabové své diktátory kácí on-line. iDNES.cz [online]. 22. 2. 2011[cit. 2013- 02- 09]. Dostupné z [www: <http://zpravy.idnes.cz/na-barikady-jen-s-mobilem-arabove-sve-vetche-diktatory-kaci-on-line-1cv-/zahranicni.aspx?c=A110221_183327_zahranicni_aha>](http://zpravy.idnes.cz/na-barikady-jen-s-mobilem-arabove-sve-vetche-diktatory-kaci-on-line-1cv-/zahranicni.aspx?c=A110221_183327_zahranicni_aha).

¹⁰⁵ LÉVY, Pierre. Kýberkultura. Praha: Karolinum, 2000, s. 217.

¹⁰⁶ Tamtéž

proto, že jim to nepřináší užitek, nebo z toho důvodu, že patří k jejich zarytým odpůrcům, kteří poukazují na negativní jevy, pojící se s jejich užíváním. Některé z těchto výtek či obav jsou sice částečně oprávněné, „avšak věřit v to, že můžeme úplně disponovat technikami a jejich potenciálem pro víceméně svobodné, osvícené a racionální jedince a kolektivy, by znamenalo pouhé hýčkání vlastních iluzí.“¹⁰⁷

¹⁰⁷ Tamtéž, s. 24.

6 MOBILNÍ TELEFONY

Poslední technologií, kterou se budeme v této práci zabývat, je mobilní telefon. Bez tohoto „společníka“ si dnes většina z nás nedovede svůj život ani představit, přitom tomu není tak dávno, kdy byl přístupný pouze omezenému počtu vyvolených jedinců.

Historie prvního mobilního telefonu se datuje do roku 1983, kdy společnost Motorola představila model DynaTac 8000X. Samotný přístroj stál 4000 dolarů, vážil dva kilogramy a nabitý vydržel v provozu pouhých 30 minut. Zajímavostí je, že první funkční prototyp byl vyroben již v roce 1972, kvůli chybějící infrastruktuře se však dočkal oficiálního představení až téměř o deset let později.¹⁰⁸

První mobilní síť fungující na komerční bázi byla spuštěna roku 1979 v USA (systém AMTS). O dva roky později byl ve Švédsku zaveden systém NMT (Nordic Mobile Telecommunication), který se posléze rozšířil i do jiných států Evropy, včetně České republiky. Zde jsou začátky mobilní komunikace spojeny se společností Eurotel, která v roce 1991 zprovoznila první mobilní síť na našem území (jednalo se o již zmíněný systém NMT).¹⁰⁹

I přes existující infrastrukturu však nebyl mobilní telefon ve svých počátcích nikterak masově rozšířenou technologií, za což mohla hlavně jeho vysoká pořizovací cena. Ovšem úplná spokojenost nepanovala ani mezi těmi, jež si aparát pořídili, neboť se museli vyrovnat s jeho nepříliš přívětivým uživatelským rozhraním. Negroponteho nářek: „Mobilní telefony se používají tak nepohodlně, že zastíní i domácí video,“¹¹⁰ je vševypovídající.

S klesající cenou jak samotného přístroje, tak i hovorného začal počet uživatelů mobilních telefonů vzrůstat, v České republice můžeme tento trend pozorovat od konce devadesátých let.

Zatímco v roce 1999 byl mobilní telefon přítomen pouze v 7 % českých domácností (bez firemních mobilních telefonů), další rok šlo již o 30 % domácností

¹⁰⁸ První mobilní telefon – Motorola DynaTac 8000X. Vseohw.net [online]. [cit. 2013- 02- 09]. Dostupné z www: <<http://vseohw.net/clanky/historie/prvni-mobilni-telefon-motorola-dynatac-8000x>>.

¹⁰⁹ MACEK, Jiří; HLUŠÍ, Eliška. Jak se psala historie mobilních telefonů ve světě i u nás. Cnews.cz [online]. 5. 4. 2012 [cit. 2013- 02- 09]. Dostupné z www: <<http://extrapc.cnews.cz/jak-se-psala-historie-mobilnich-telefonu-ve-svete-i-u-nas>>.

¹¹⁰ NEGROPONTE, Nicholas. Digitální svět. Praha: Managment Press, 2001, s. 81.

a v roce 2001 ho vlastnila téměř každá druhá tuzemská domácnost (48 %). „V následujících letech se vybavenost domácností mobilním telefonem neustále zvyšovala a v roce 2011 mělo k dispozici tuto technologii již 97 % domácností, přičemž v 96 % se jednalo o telefon „vlastní“ a v 10,2 % o telefon „firemní“.“¹¹¹

Dalším aspektem, který se podílí na zvýšeném zájmu o mobilní telefony, je touha lidí po využívání nových technických vymožeností, jež jsou implantovány do každého dalšího modelu.

Z tohoto pohledu se jako zlomový ukázal nástup digitální sítě GSM (zkratka z angl. Global System Mobile – globální systém pro mobilní komunikaci), jež vytvořila prostředí, které umožnilo služby mobilního telefonu rozšířit. 3. prosince 1992 byla ve Velké Británii odeslána první textová zpráva – SMS (zkratka z angl. Short Message Service – krátká textová zpráva). Ve stejném roce představila firma Philips radiotelefonní přístroj s hlasovou volbou. Siemens S 10, uvedený v roce 1997 i na český trh, odstartoval éru barevných displejů. Rovněž fotoaparát je již nedílnou součástí téměř všech telefonů. V létě 2001 představil Ericsson revoluční službu Bluetooth, zajišťující přenos dat. Obrázkové MMS (zkratka z angl. Multimedia Messaging Service – multimediální zpráva) se šíří éterem od roku 2003. Další běžnou výbavou telefonů jsou např. hry, přehrávače, kalkulačky, organizéry, WAP, elektronická pošta či internet.¹¹²

Mobilní telefon tak jako málokterý jiný přístroj naplňuje podstatu McLuhanova výroku o tom, že „„obsahem“ každého média je vždy jiné médium,“¹¹³ stává se plnohodnotnou součástí výbavy člověka žijícího v 21. století.

Má však pro náš život až takový přínos, že bychom se bez něj v dnešní době neobešli? Tato otázka je o to zajímavější, uvědomíme-li si, že většina lidí prožila valnou část svých životů bez této technologie. Najít její jednoznačné zdůvodnění je téměř nemožné, co však můžeme, je porovnat pozitiva a negativa, která příchod mobilního telefonu do lidského společenství provází.

¹¹¹ Vybavenost domácností pevnou telefonní linkou a mobilním telefonem. Český statistický úřad [online]. [cit. 2013- 02- 09]. Dostupné z [www: <http://czso.cz/csu/redakce.nsf/i/1_vybavenost_domacnosti_pevnu_telefonni_linkou_a_mobilnim_telefonem/\\$File/2012_sru_a1_final.pdf>](http://czso.cz/csu/redakce.nsf/i/1_vybavenost_domacnosti_pevnu_telefonni_linkou_a_mobilnim_telefonem/$File/2012_sru_a1_final.pdf).

¹¹² MACEK, Jiří; HLUŠÍ, Eliška. Jak se psala historie mobilních telefonů ve světě i u nás. Cnews.cz [online]. 5. 4. 2012 [cit. 2013- 02- 09]. Dostupné z [www: <http://extrapc.cnews.cz/jak-se-psala-historie-mobilnich-telefonu-ve-svete-i-u-nas>](http://extrapc.cnews.cz/jak-se-psala-historie-mobilnich-telefonu-ve-svete-i-u-nas).

¹¹³ McLUHAN, Marshall. Jak rozumět médiím: Extenze člověka. Praha: Odeon, 1991, s. 19.

Hlavní výhodou (někdy i nevýhodou) mobilního telefonu je bezesporu dostupnost. Tuto skutečnost ocení jak starostliví rodiče, kteří díky mobilnímu telefonu mohou kontrolovat své potomky, tak obyvatelé vzdálenějších oblastí, kde neexistuje pevná linka. Prostřednictvím telefonu můžeme rovněž sledovat výpisy na bankovním účtu, hledat aktuální sportovní výsledky nebo poslouchat oblíbenou muziku.

Jako každá jiná technologie, má i mobilní telefon svou odvrácenou tvář. Lidé moderní doby ho používají téměř všude: ve škole, při jízdě v tramvaji, v obchodních centrech atd. Tento jev můžeme sledovat převážně u nejmladší populace, jejíž členové si na mobilním telefonu vytvářejí návyk nejčastěji. Z této závislosti pak vyplývají další negativa, ke kterým patří množství vynaložených peněz za využívané služby, nebo zvýšená pravděpodobnost vzniku rakoviny.

Na závěr této úvahy nechám na každém, ať si vytvoří o přínosu mobilního telefonu své vlastní mínění. Můj názor je ten, že výhody mobilního telefonu jsou natolik zjevné, že převáží jeho negativa. Netvrdím, že by se bez něj člověk neobešel, avšak v každém okamžiku lidského života mohou nastat situace, ve kterých je mobilní telefon neocenitelnou technologií.

7 ZÁVĚR

Cílem této práce bylo podat ucelenou představu o komunikaci v prostředí nových technologií. Svou pozornost jsem zaměřil na oblast kyberprostoru, a zkoumal, jaký vliv mají nová média, zejména Internet (sociální sítě) a mobilní telefony, na naši komunikaci.

V první kapitole jsem usiloval o vymezení předmětu svého zájmu, jímž byla mediální komunikace. Následující část byla věnována Marshallu McLuhanovi, respektivě jeho metafoře o globální vesnici. Tento pojem jsem vztáhl k internetu jako médium, které v současné době nejlépe vystihuje McLuhanovu myšlenku o světě, ve kterém budou lidé svobodně komunikovat a vyměňovat si informace bez ohledu na všemožné bariéry (geografické, časové, politické, rasové atd.).

Kyberprostor a virtuální realita jsou jedněmi z nejčastěji užívaných pojmů v oblasti nových informačních a komunikačních technologií. Na základě své úvahy, jsem dospěl k závěru, že život v prostředí virtuálních technologií nijak neodporuje lidské přirozenosti, ba naopak, je pouhým rozvinutím lidských úvah o dokonalém světě. Zároveň jsem však zavrhl možnost, že by virtuální svět mohl nahradit svět, ve kterém žijeme, z toho důvodu, že technika nikdy nebude schopna věrně zaznamenat naše emoce a krásu okolního světa.

Sociální sítě jsou fenoménem dnešní doby. Miliony lidí po celém světě každý den tráví v tomto prostředí několik hodin denně, aby chatovali se svými přáteli, sdíleli videa, hráli hry nebo jen pozorovali co je u ostatních nového. Hlavní princip těchto služeb spočívá ve vlastní sebe prezentaci, proto se neukázalo jako nikterak překvapujícím zjištění, že si většina lidí vytváří na sociálních sítích své lepší virtuální já.

V závěrečné části byla hlavní pozornost upřena na mobilní telefon, bez kterého si většina lidí nedokáže svůj život v 21. století ani představit. Prezentoval jsem zde nejvýznamnější historické milníky ve vývoji mobilní komunikace, a popsal některé výhody a nevýhody, jež užívání mobilního telefonu přináší.

8 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENŮ

- AUKSTAKALNIS, Steve; BLATNER, David. Reálně o virtuální realitě: Umění a věda virtuální reality. Bez vyd. Brno : Jota, 1994. 283 s. ISBN 80- 85617- 41- 2.
- BAUDRILLARD, Jean. Dokonalý zločin. 1. vyd. Olomouc : Periplum, 2001. 180 s. ISBN 80- 902836- 7- 5.
- BEDNÁŘ, Vojtěch. Marketing na sociálních sítích: Prosaďte se na facebooku a twitteru. 1. vyd. Brno : Computer Press, 2011. 197 s. ISBN 978- 80- 257- 3320.
- boyd, danah et al. Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media. 1 st ed. Cambridge, MA : MIT Press, 2010. 419 s.
- DYSON, Esther. Release 2.1: Vize života v digitálním věku. 1. vyd. Praha : Management Press, 2001. 287 s. ISBN 80- 7261- 030- 9.
- ECO, Umberto. Mysl a smysl: Sémiotický pohled na svět. Bez vyd. Knihovna Ceny Nadace Dagmar a Václava Havlových VIZE 97; sv. 2. 183 s. ISBN 80- 86181- 36- 7.
- GIBSON, William. Neuromancer. 3. vyd. Plzeň : Laser, 2001. 279s. ISBN 80- 7193- 110- 1.
- JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara. Masová média. 1.vyd. Praha : Portál, 2009. 413 s. ISBN 978- 80- 7367- 466 -3.
- JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara. Média a společnost. 2. vyd. Praha: Portál, 2007. 207 s. ISBN 978- 80- 7367- 287- 4.
- LÉVY, Pierre. Kyberkultura. 1. vyd. Praha : Karolinum, 2000. 229 s. ISBN- 80- 246- 0109- 5.
- LISTER, Martin et. al. New media: A Critical Introduction. 2 nd ed. Abingdon : Routledge, 2009. 483 s. ISBN 978- 0- 203- 88482- 9.
- McLUHAN, Marshall. Člověk, média a elektronická kultura. 1. vyd. Brno : Jota, 2000. 415 s. ISBN 978- 80- 7217- 128- 6.
- McLUHAN, Marshall. Jak rozumět médiím: Extenze člověka. 1. vyd. Praha : Odeon, 1991. 384 s. ISBN 80- 207- 0296- 2.
- MEYROWITZ, Joshua. Všude a nikde. Vliv elektronických médií na sociální chování. 1. české vyd. Praha : Karolinum, 2006. 341 s. ISBN 80- 246- 0905- 3.
- NEGROPONTE, Nicholas. Digitální svět. 1. vyd. Praha : Managment Press, 2001. 207 s. ISBN 80- 7261- 046- 5.
- SAK, Petr a kol. Člověk a vzdělání v informační společnosti. 1. vyd. Praha : Portál, 2007. 290 s. ISBN- 978- 80- 7367- 230- 0.

ŠTĚTKA, Václav; ŠMAHEL, David. Nová média v perspektivě sociálních věd. Sociální studia. 2009, roč. 6., č. 2, s. 7-11.

VERNER, Pavel. Propaganda a manipulace. 1. vyd. Praha : Univerzita Jana Amose Komenského, 2011. 192 s. ISBN 978- 80- 7452- 015- 0.

VIRILIO, Paul. Informatická bomba. Bez vyd. Červený Kostelec : P. Mervart, 2004. 167 s. ISBN 80- 86818- 04- 7.

VYBÍRAL, Zbyněk. Psychologie komunikace. 1. vyd. Praha : Portál, 2005. 319 s. ISBN 80- 7178- 998- 4.

Internetové zdroje

BARLOW, John P. [online]. [cit. 2013-02-18]. Dostupné z www: <<https://homes.eff.org/~barlow/>>.

BARLOW, John P. A Declaration of the Independence of Cyberspace [online]. [cit. 2013-02-18]. Dostupné z www: <<http://homes.eff.org/~barlow/>>.

boyd, danah m.; ELLISON, Nicole B. Social network sites: Definition, History and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication [online]. 2007, vol. 13, no. 1 [cit. 2012- 11-30]. Dostupné z www: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>.

boyd, danah. "Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life." MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media Volume (ed. David Buckingham). Cambridge, MA: MIT Press, 2007, 119-142. [online]. [cit. 2012- 02-02]. Dostupné z www: <<http://danah.org/papers/WhyYouthHeart.pdf>>.

BUFFARDI, Laura F.; CAMPBELL, W. Keith. Narcissism and social networking websites. Society for Personality and Social Psychology [online]. 2008, vol. 34, no. 10, 1303-1314. [cit. 2012- 03-02]. Dostupné z www: <<http://sakkyndig.com/psychologi/artvit/buffardi2008.pdf>>.

ELLISON, Nicole, B.; STEINFELD, Charles; LAMPE, Cliff. The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. Journal of Computer-Mediated Communication. 2007, vol. 12, no. 4 [cit. 2012- 03-09]. Dostupné z www: <<http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>>.

HÁJEK, Adam. Na barikády jen s mobilem. Arabové své diktátory kácí on-line. iDNES.cz [online]. 22. 2. 2011 [cit. 2013- 02- 09]. Dostupné z www: <http://zpravy.idnes.cz/na-barikady-jen-s-mobilem-arabove-sve-vecche-diktatory-kaci-on-line-1cv-/zahranicni.aspx?c=A110221_183327_zahranicni_aha>.

HEJL, Zdeněk. Historie sociálních sítí. Magazín Portiscio [online]. 19. 10. 2012. [cit. 2012- 12-12]. Dostupné z www: <<http://www.portiscio.net/historie-socialnich-siti>>.

Checkfacebook.com [online]. [cit. 2013- 03-18] Dostupné z www: <<http://checkfacebook.com/>>.

Internet World Stats [online]. c2012 [cit. 2013-04-16]. Dostupné z www: <<http://internetworldstats.com/stats.htm>>.

LIVINGSTONE, Sonia. Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society* [online]. 2008, vol. 10. no. 3, 393-411. [cit. 2012- 03-02]. Dostupné z www: <http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking_risky_opportunities_in_youthful_content_creation_%28LSERO%29.pdf>.

MACEK, Jakub. Kyberprostor (Cyberspace). *Revue pro média* [online]. 2003, roč. 3, č. 5 [cit. 2013-02-12]. Dostupné z www: <<http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/kyberprostor.htm>>.

MACEK, Jakub. Nová média. *Revue pro média* [online]. 2002, roč. 2, č. 4 [cit. 2013-04-15]. Dostupné z www: <http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/nova_media.htm>.

MACEK, Jiří; HLUŠÍ, Eliška. Jak se psala historie mobilních telefonů ve světě i u nás. *Cnews.cz* [online]. 5. 4. 2012 [cit. 2013- 02- 09]. Dostupné z www: <<http://extrapc.cnews.cz/jak-se-psala-historie-mobilnich-telefonu-ve-svete-i-u-nas>>.

První mobilní telefon – Motorola DynaTac 8000X. *Vseohw.net* [online]. [cit. 2013- 02- 09]. Dostupné z www: <<http://vseohw.net/clanky/historie/prvni-mobilni-telefon-motorola-dynatac-8000x>>.

RHEINGOLD, Howard. *The Virtual Communities: Homesteading on the Electronic Frontier*. 1993[online]. [cit. 2013-02-09]. Dostupné z www: <<http://www.rheingold.com/vc/book/>>.

ROBINS, Kevin. Kyberprostor a svět, ve kterém žijeme. *Revue pro média*[online]. 2003, roč. 3, č. 5 [cit. 2013-02-22]. Dostupné z www: <http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Revue05/preklad_robins_rpm5.pdf>.

Sociální síť. *Saferinternet.cz* [online]. [cit. 2013-03-09]. Dostupné z www: <<http://archiv.saferinternet.cz/pro-rodice/socialni-site>>.

Tisková zpráva společnosti Intel. *Saferinternet.cz* [online]. [cit. 2012- 03-18]. Dostupné z www: <<http://www.saferinternet.cz/aktuality/delame-se-lepsimi-nez-jsme-a-nejsme-v-tom-zdaleka-sami.html>>.

Vybavenost domácností pevnou telefonní linkou a mobilním telefonem. Český statistický úřad [online]. [cit. 2013- 02- 09]. Dostupné z www: <[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/1_vybavenost_domacnosti_pevnou_telefoni_linkou_a_mobilnim_telefonem/\\$File/2012_sru_a1_final.pdf](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/1_vybavenost_domacnosti_pevnou_telefoni_linkou_a_mobilnim_telefonem/$File/2012_sru_a1_final.pdf)>.

VYLEŤAL, Martin. Politici na sociálních sítích působí jako slon v porcelánu. Lupa.cz [online]. 2. 4. 2010 [cit. 2013- 03-15]. Dostupné z www: <<http://lupa.cz/clanky/politici-na-sitich-pusobi-jako-slon-v-porcelanu/>>.

9 RESUMÉ

The aim of this work was to give a comprehensive idea of communication in the background of new technologies. My attention was focused on the area of cyberspace, and I examined, the influence of new communication media, Internet (social network sites) and mobile phones, on our behavior.

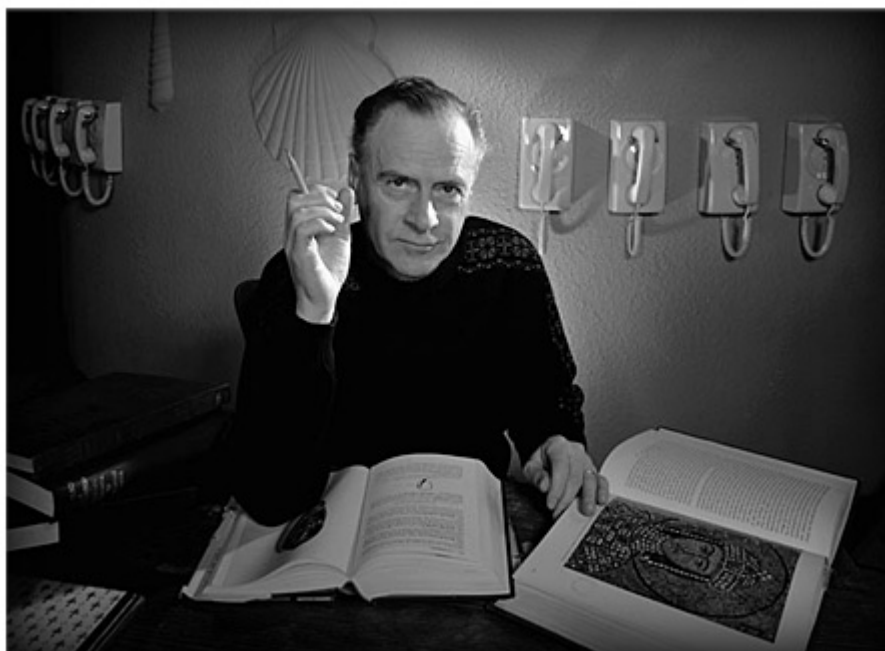
In the first chapter, I have sought to define the subject of my interest, which was mediated communications. The following section was devoted to Marshall McLuhan, respectively his metaphor about global village. This term I reached out to the Internet as a medium, which currently the best describes McLuhan's idea of a world, in which people can communicate freely and exchange information regardless of all sorts of barriers (geographic, temporal, political, racial, etc.).

Cyberspace and virtual reality are one of the most commonly used terms in the field of new information and communication technologies. Based on its consideration, I have come to the conclusion that life in the environment of virtual technologies does not contradict human nature, on the contrary, it is simply developing of human reflection of a perfect world. At the same time, however, I dismissed the possibility that the virtual world could replace the world in which we live, on the grounds that the technology will never be able to truly experience our emotions and beauty of the surrounding world.

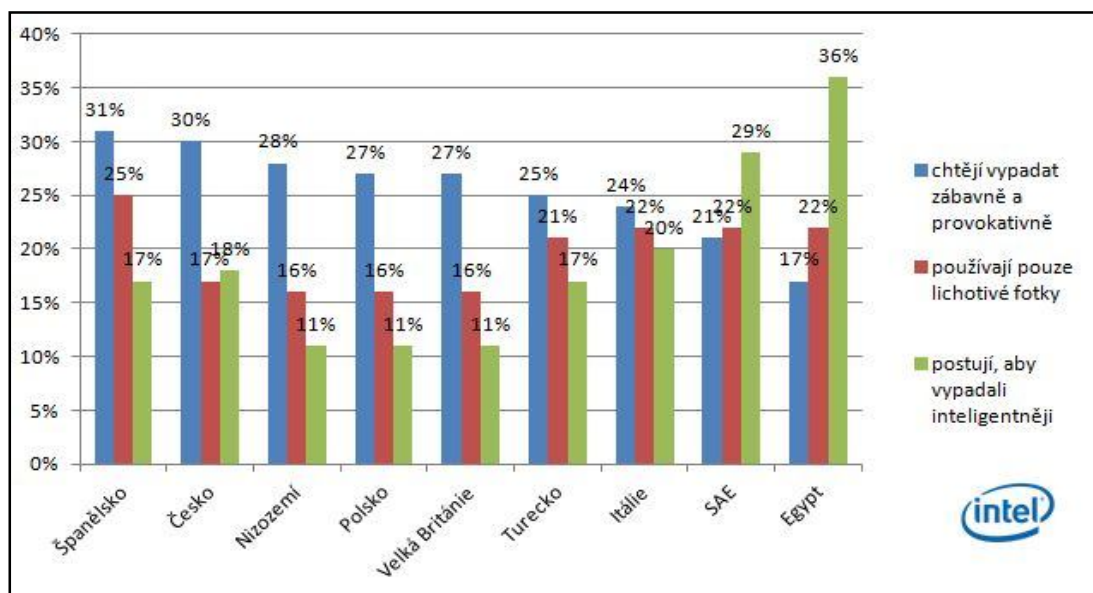
Social networks are a phenomenon of our time. Every day millions of people around the world spend in this environment several hours a day to chat with their friends, share videos, play games or just watch what is new. The main principle of these services is in their own self-presentation, therefore, it has been proved to be by no means surprising to find out that most people improve their virtual self in social network sites.

In the final section, the main attention was focused on the mobile phone, without which most people can not imagine life in the 21st century. I have presented the most significant milestones in the development of mobile communication, and described some of the advantages and disadvantages, which the using a mobile phone brings.

10 PŘÍLOHY



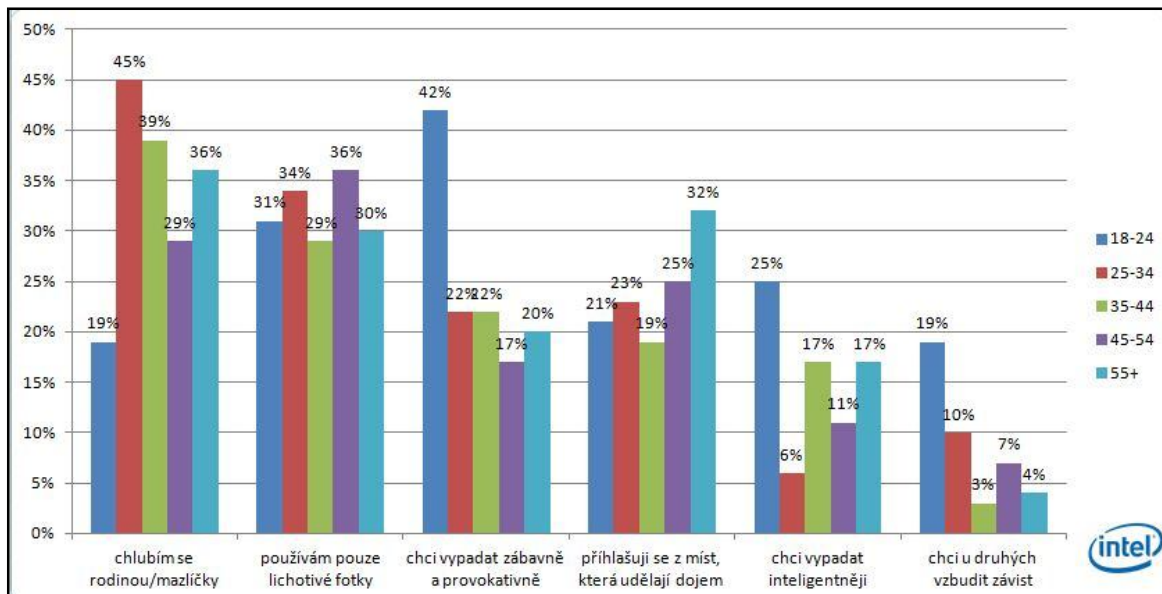
Obr. č. 1: Marshall McLuhan.¹¹⁴



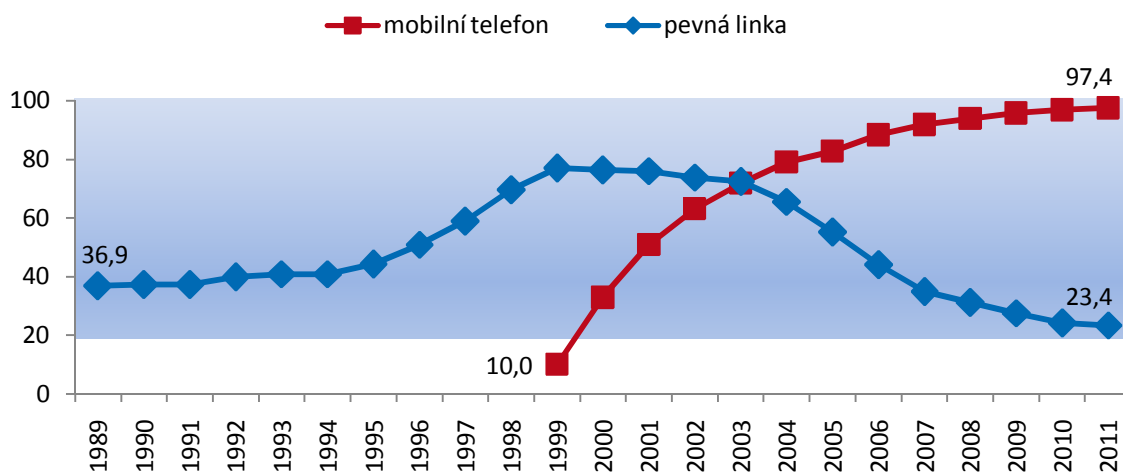
Obr. č. 2: Graf: Jakou lež užívají muži na sociálních sítích nejčastěji?¹¹⁵

¹¹⁴ Zdroj: <http://www.marshallmcluhan.com/biography/>.

¹¹⁵ Zdroj: <http://www.saferinternet.cz/aktuality/delame-se-lepsimi-nez-jsme-a-nejsme-v-tom-zdaleka-sami.html>



Obr. č. 3: Graf: Nejčastěji užívané lži na sociálních sítích.¹¹⁶



Obr. č. 4: Vybavenost domácností telefonem (% z celkového počtu domácností).¹¹⁷

¹¹⁶ Zdroj: <http://www.saferinternet.cz/aktuality/delame-se-lepsimi-nez-jsme-a-nejsme-v-tom-zdaleka-sami.html>

¹¹⁷ Zdroj:

[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/1_vybavenost_domacnosti_pevnou_telefoni_linkou_a_mobilnim_telefonem/\\$File/2012_sru_a1_final.pdf](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/1_vybavenost_domacnosti_pevnou_telefoni_linkou_a_mobilnim_telefonem/$File/2012_sru_a1_final.pdf).